

2020年网络零售 市场发展报告

商务部
电子商务和信息化司

VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

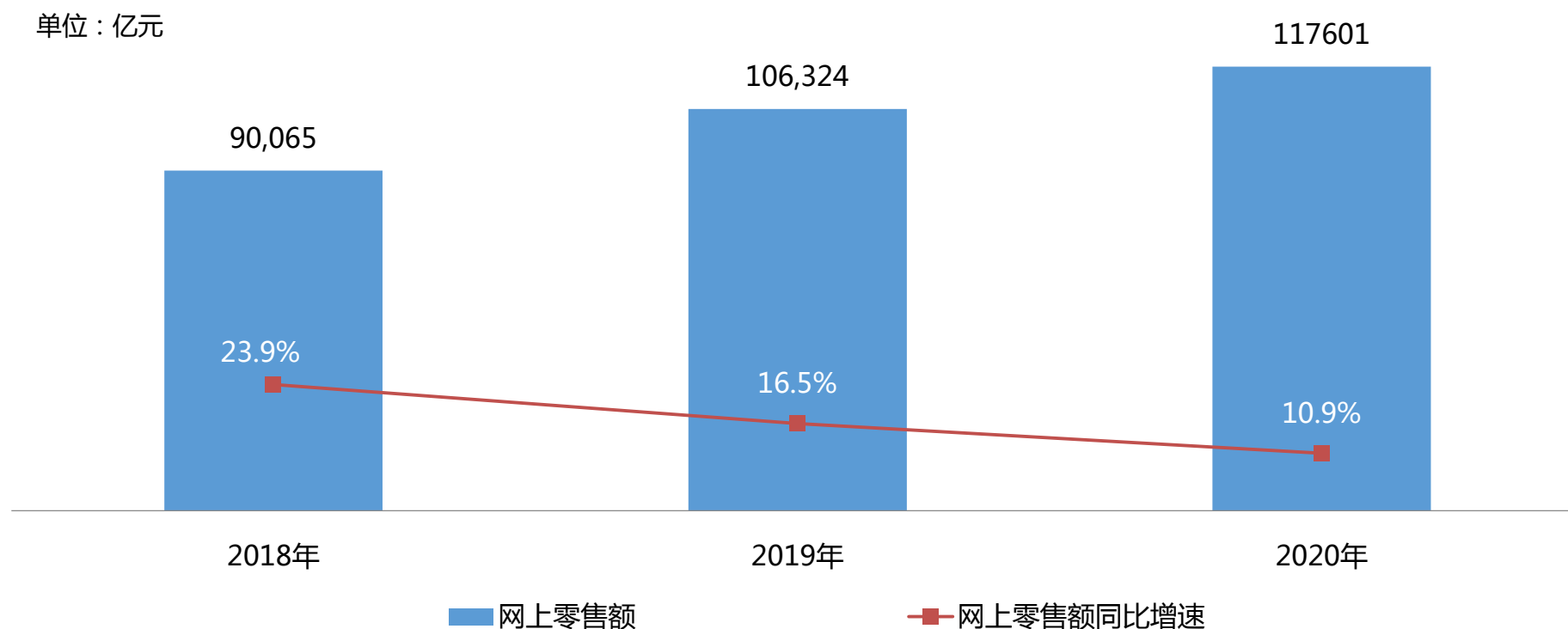


01

网络零售市场总体情况

网络零售市场保持快速增长

- 2020年，面对疫情巨大冲击和复杂严峻的国内外环境，我国网络零售市场保持稳健增长，市场规模再创新高。国家统计局数据显示，全国网上零售额达**11.76万亿元**，比上年增长**10.9%**。

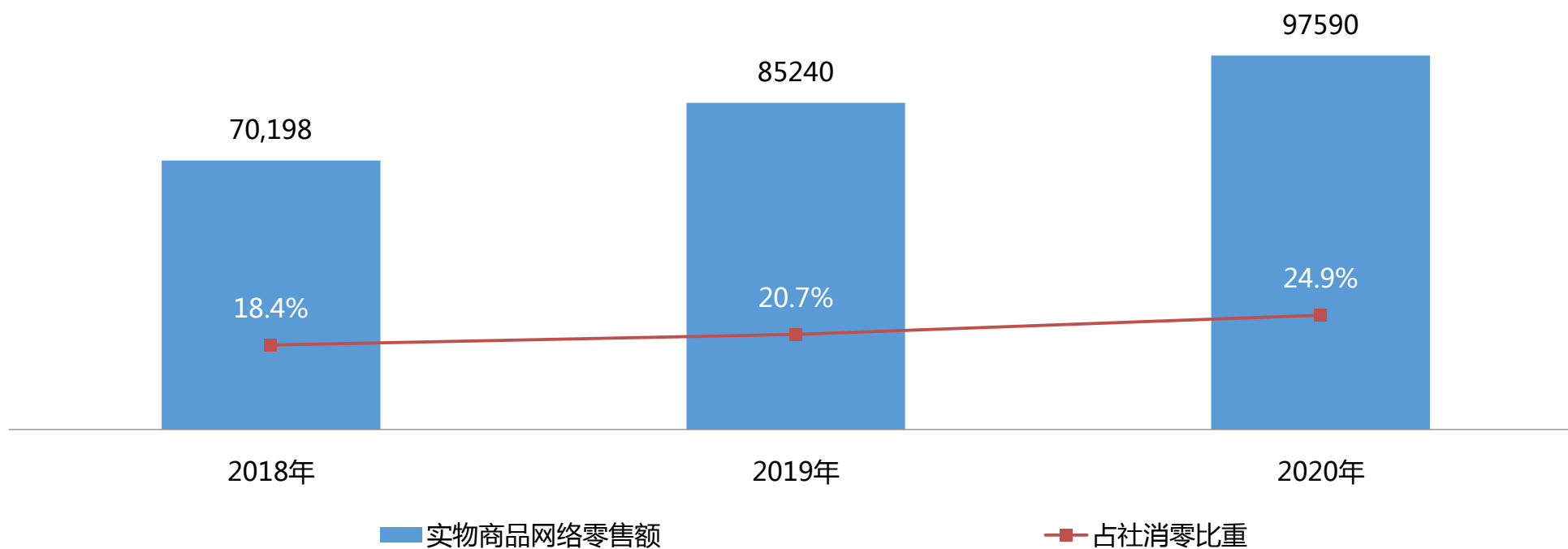


数据来源：国家统计局

网络零售对消费市场的贡献作用持续提升

- 2020年实物商品网上零售额**9.76万亿元**，同比增长**14.8%**，占社会消费品零售总额的比重为**24.9%**，较上年提升4.2个百分点。

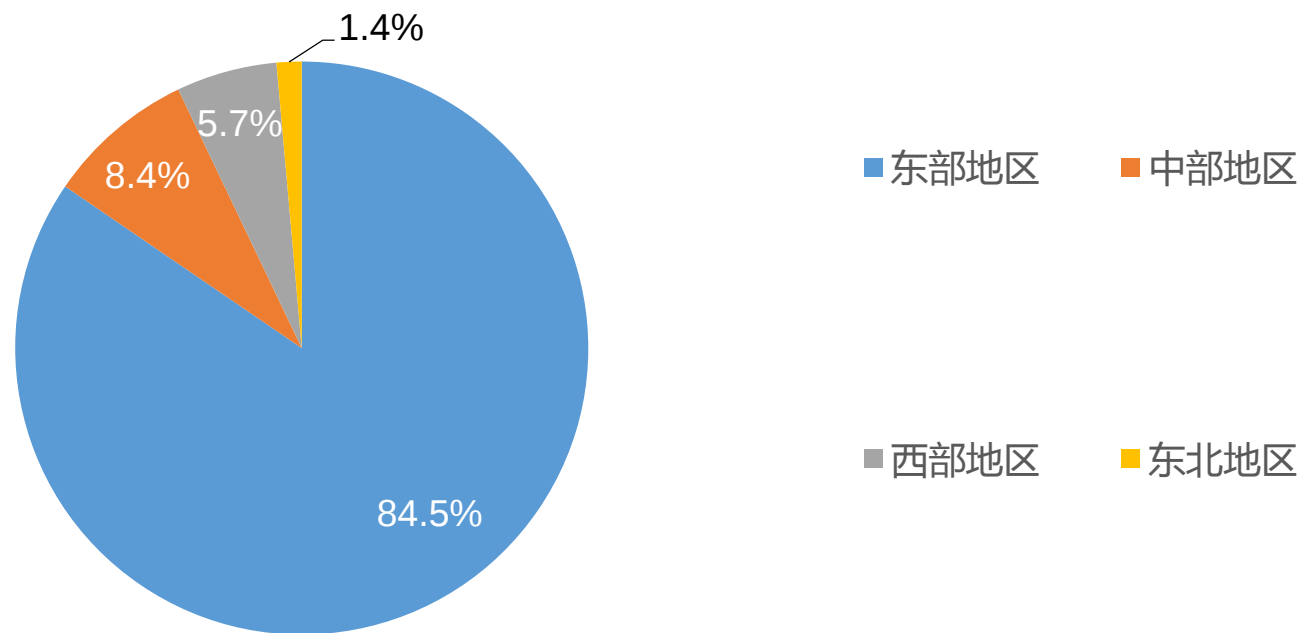
单位：亿元



数据来源：国家统计局

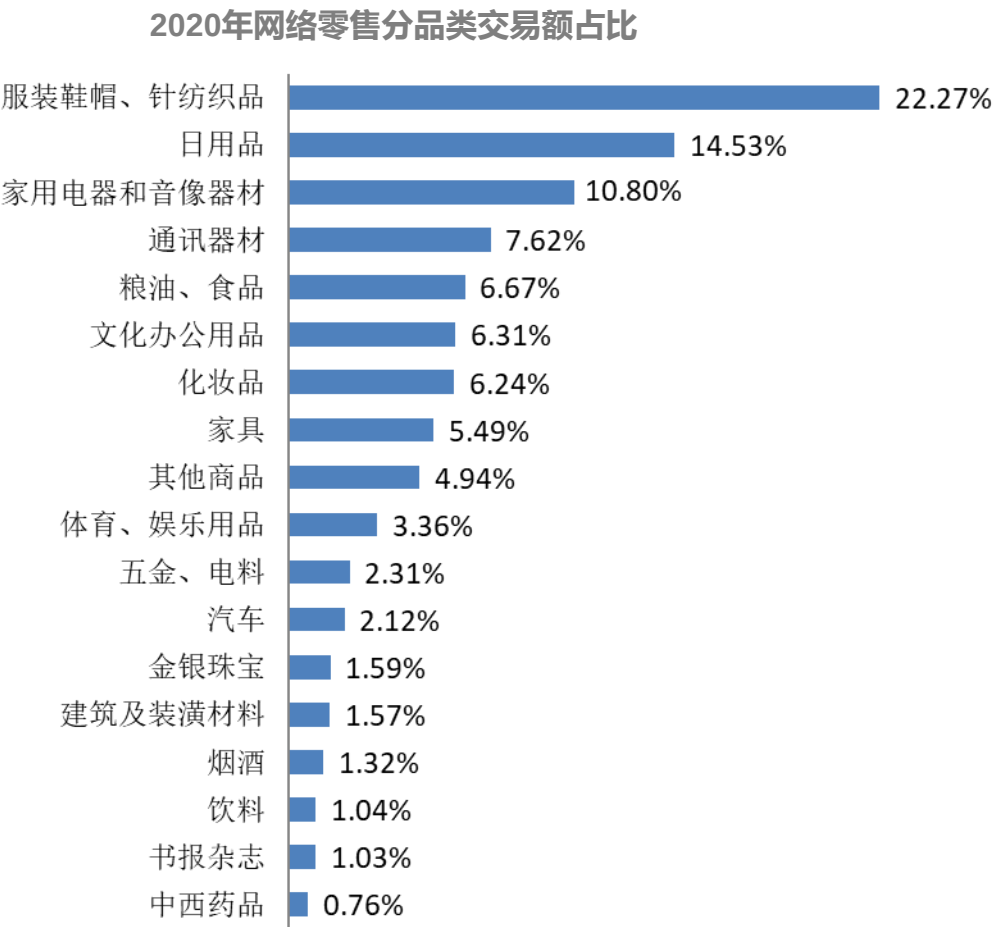
分地区看，东部规模保持领先优势

- 2020年，东、中、西和东北地区网络零售额占全国比重分别为**84.5%**、**8.4%**、**5.7%**和**1.4%**，同比增速分别**10.7%**、**6.2%**、**4.1%**、**7.4%**。



分品类看，品类增速呈现分化，“家场景”“宅经济”消费热度凸显

- 国家统计局数据显示，2020年实物商品网络消费中，吃类、穿类和用类商品同比分别增长**30.6%、5.8%和16.2%**。
- 商务大数据监测显示，从销售额规模看，服装鞋帽针纺织品、日用品、家用电器和音像器材排名前三，分别占实物商品网络销售额的**22.3%、14.5%和10.8%**。从同比增速来看，中西药品同比增长**110.4%**，烟酒同比增长**65.1%**。
- 实物商品网络消费呈现以下新特点：一是绿色、健康消费受到青睐。**商务大数据显示，智能厨房家电销售额同比增长**31.0%**；健身器材同比增长**8.8%**，其中小型便携健身器材同比增长**28.7%**；营养健康品销售额同比增长**34.8%**。**二是“宅经济”热度提升。**方便速食销售额同比增长**60.8%**；游戏机销售额同比增长**16.3%**；宠物用品销售额同比增长**16.1%**。**三是“家场景”消费增长。**消毒日用品销售额同比增速达**150%以上**；除菌家电销售额同比增长**160.3%**。



数据来源：商务大数据

在线服务消费逐步回暖，在线教育、在线医疗增长迅速



- 商务大数据重点监测的在线餐饮平台销售额同比增长2.2%。
- 其中，外卖零售额同比增长6.6%。



- 商务大数据重点监测的在线医疗平台患者咨询人次同比增长73.4%。
- 重点电商平台在线医生数超过110万人。



- 商务大数据重点监测的在线教育平台销售额同比增速超过140%。



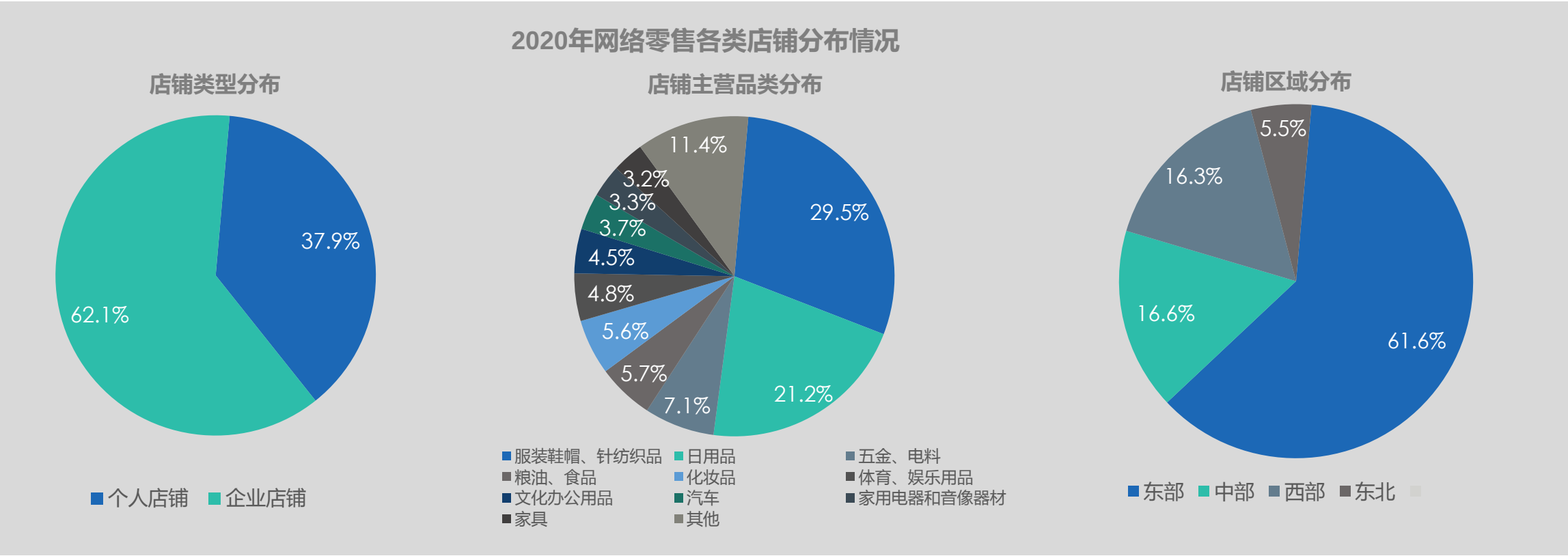
- 商务大数据重点监测的在线旅游（不含交通住宿）平台销售额同比下降8.5%，其中景点门票销售额同比增长24.4%；国内游同比下降24.6%。



- 商务大数据监测数据显示，12月份活跃影院数同比增长0.6%，全国电影销售额回升至去年同期水平。除电影外，话剧音乐、休闲展览等在线文娱销售额同比下降7.4%。

从主体看，网店数量略有下降，企业店铺占比有所上升

➤ 截至2020年底，商务大数据重点监测的网络零售平台店铺数量为**1994.5万家**，同比下降**0.8%**。其中，实物商品店铺数**955.5万家**，占比**47.9%**。



上市企业活力增强，市值和营收保持稳健增长

- 截至2020年12月底，15家在境内外上市的我国网络零售和生活服务电商企业总市值达**13.59万亿元**。其中，拼多多、美团点评、小米、京东、唯品会等多家企业市值较去年同期有较大提升。
- 目前已发布2020年全年财报的6家网络零售和生活服务电商上市企业，全年共实现营业收入总计**1.13万亿元**，同比增长**14.8%**。其中，京东和唯品会营收增长最快，分别为**29.3%和9.5%**。



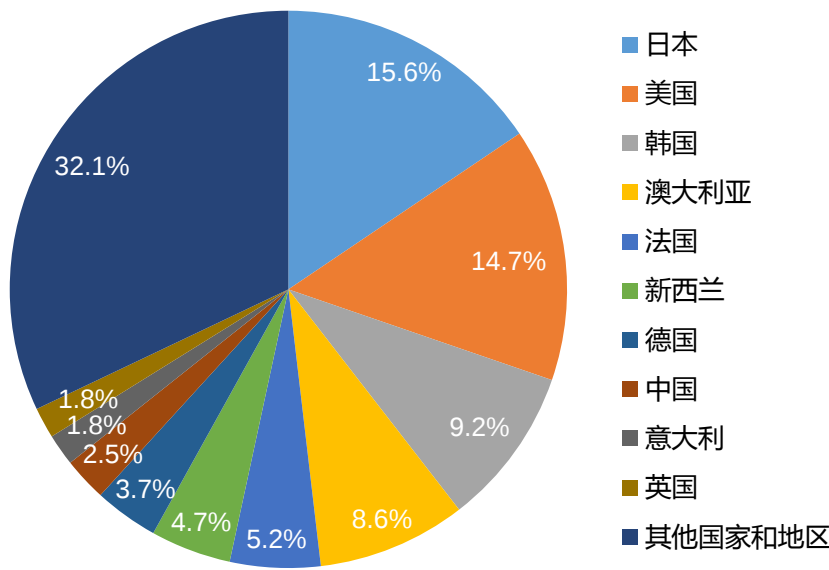
数据来源：企业财报公开数据整理

注：15家上市网络零售和生活服务企业分别为阿里巴巴、腾讯控股、小米集团、京东、美团点评、拼多多、携程网、苏宁易购、唯品会、神州租车、趣店、途牛网、寺库控股、如涵控股、宝宝树集团。6家公布财报数据的企业分别为京东、苏宁易购、唯品会、神州租车、携程网、途牛网。

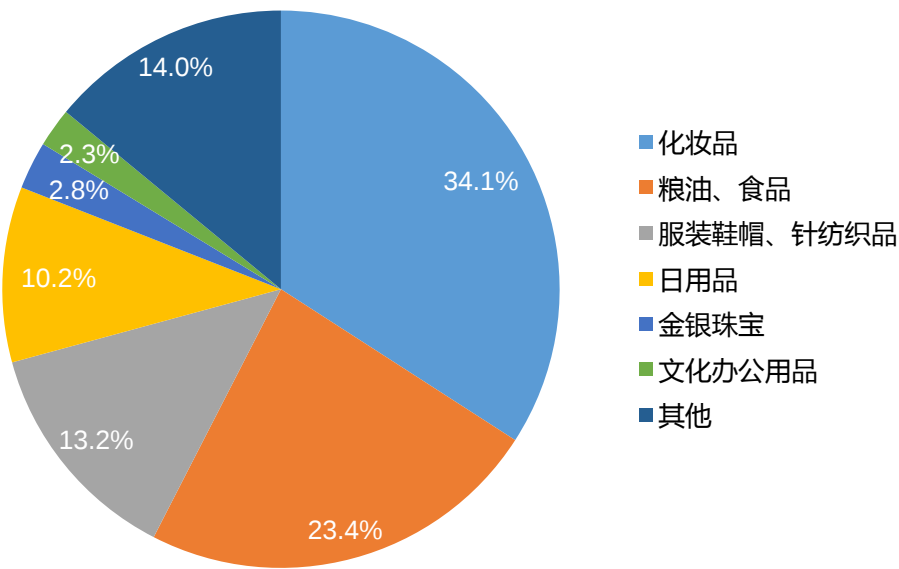
跨境电商持续发力，发达国家为主要进口产地国

➤ 2020年，通过海关跨境电子商务管理平台验放进出口清单**24.5亿票**，同比增长**63.3%**。2020年我国跨境电商进出口**1.69万亿元**，增长了**31.1%**。商务大数据对重点跨境网络零售平台监测显示，原产自日本、美国和韩国的商品跨境进口额位居前三位，占整体跨境网络零售进口额的**39.5%**，跨境进口额排名前十位国家和地区占跨境进口总额的**67.9%**。

2020年跨境网络零售进口原产国和地区交易额占比



2020年跨境网络零售进口商品交易额占比

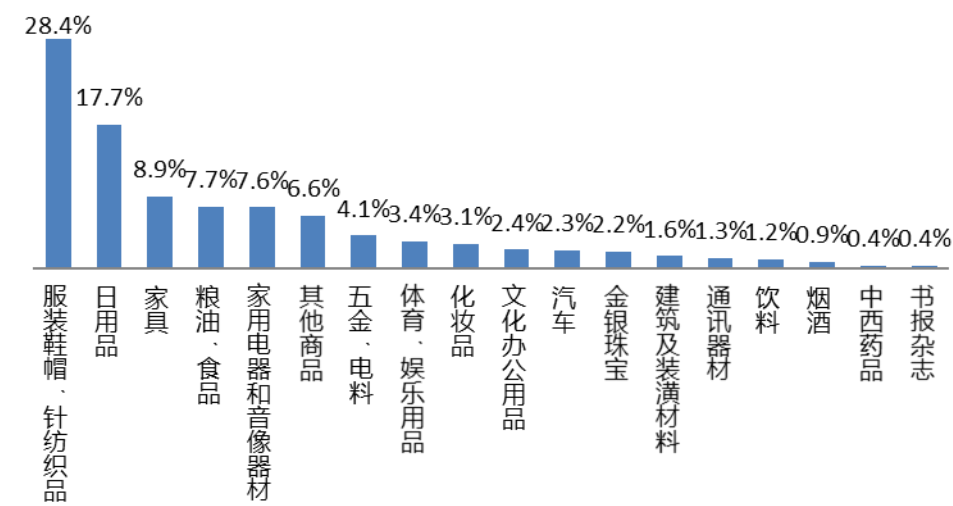


数据来源：海关总署、商务大数据

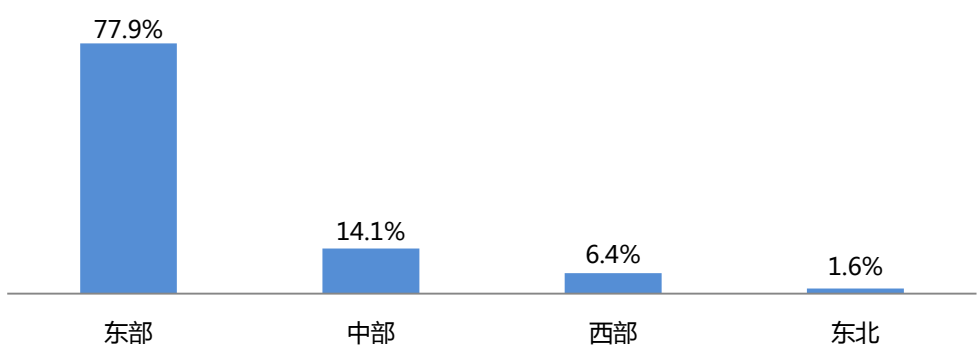
农村电商提质升级，服务“三农”作用不断凸显

- 2020年，全国农村网络零售额**1.79万亿元**，同比增长**8.9%**，其中农村实物商品网络零售额**1.63万亿元**，同比增长**10.5%**，分别低于全国增速2.0个和4.3个百分点。
- 分品类看，服装鞋帽、日用品和粮油食品销售额占比位居前三位，分别为**28.4%**、**17.7%**和**8.9%**；中西药品、烟酒、通讯器材、粮油食品商品零售额同比增速均超过**30%**。
- 分地区看，东、中、西部和东北地区农村网络零售额占全国农村网络零售额比重分别为**77.9%**、**14.1%**、**6.4%**和**1.6%**，同比增速分别为**8.1%**、**9.1%**、**15.8%**和**21.5%**。

2020年农村网络零售分品类交易额占比



2020年农村网络零售分地区交易额占比



数据来源：商务大数据

02

中国网络零售市场发展特点

扩内需，稳消费，网络零售推动国内市场高质量发展

➤ 2020年，网络零售在扩大消费、拉动内需方面发挥着日趋重要的作用

扩大内需，促进内循环

2020年全年，网络零售额占社会消费品零售总额的**近四分之一**，增速超过**10%**，成为疫情期间拉动消费的重要力量。

推动消费升级，提升流通效率

网络零售通过大数据、人工智能、反向定制等新技术有效提升了供需匹配的精准度，满足个性化消费需求；线上线下深度融合创造消费新场景，激发消费活力；社区前置仓、无人配送、无接触物流等新模式克服疫情影响，帮助商品和服务精准触达消费者。

保供应、助复产，电商助力夺取疫情防控和经济发展“双胜利”

- 电商企业创新无接触配送、智能物流、直播电商等新方法、新模式，在保障生活物资和药品、医疗应急物资供应方面发挥了重要作用。

稳供需保民生



- 疫情初期，主要电商平台启动紧急响应，充分发挥自身供应链优势，通过海外直采、协调国内品牌商家等方式保障口罩等防疫物资和生活必需品的供给。

促进市场复苏



- 电子商务平台与地方政府联合发放各种形式的电子消费券，通过补贴用户激活线上线下消费；
- 商务部等部门组织电商平台开展线上“双品网购节”，带动同期全国网络零售额超过**4300亿元**。

助力复工复产



- 疫情防控期间，网络零售为线下企业和商家加快复工复产提供了新渠道。中小企业通过云办公、云交易等方式，利用线上运营缓解运营压力。

稳外贸、促开放，跨境电商畅通国内国际市场双循环

- 2020年，跨境电商推动外贸企业加速数字化转型，通过线上开展在线营销、在线洽谈和交易转变经营方式，跨境电商成为推动双循环的重要组成。



跨境电商持续发力，有力推动外贸发展

- 据海关统计，2020年我国跨境电商进出口额达1.69万亿元，增长31.1%。跨境电商迅速发展得益于系列政策利好，
- 2020年，我国与22个国家“丝路电商”合作持续深化，双边合作成果加速落地；新增46个跨境电商综试区，增设“9710”“9810”贸易方式，推动通关便利化；将广交会等展会“云端”，开辟外贸发展新通道。

RCEP自贸协定助推开放新格局

- 2020年11月15日，《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）完成签署，首次在亚太区域内达成范围全面、水平较高的诸边电子商务规则，包括促进各国电子商务合作、保护在线消费者权益、完善监管政策等，在为跨境电商提供重大利好的同时，将进一步促进形成国际国内开放的双循环格局。

共普惠、助脱贫，农村电商为“三农”发展注入新活力

- 2020年是全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。电商扶贫作为网络扶贫的重要组成部分，在推动精准扶贫、精准脱贫等方面做出了重要贡献。



畅通城乡循环

- 商务部持续组织农产品品牌推介洽谈会，打造电子商务进农村综合示范“升级版”，推动农产品上行和脱贫攻坚。电商平台打造“产地仓+销地仓”、县长直播带货拓展农产品销路等多种形式，共同助力农产品上行。

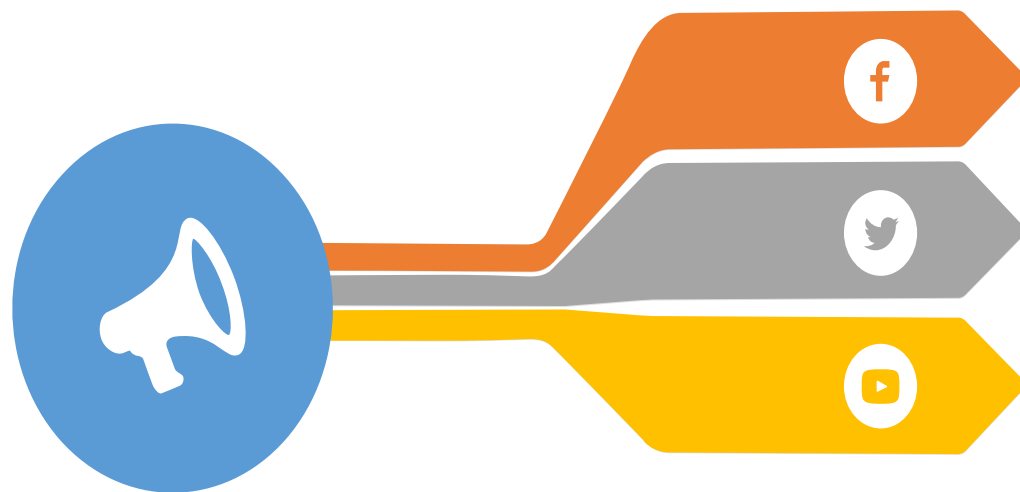


激活农村消费

- 商务部会同财政部、国务院扶贫办等部门深入开展电子商务进农村，改造提升农村流通基础设施，畅通农产品进城、工业品下乡渠道。以低价拼团、小程序及直播电商等的电商新业态，为农村广大用户提供了价廉质优的生活消费品，进一步带动农村消费升级。国家邮政局数据显示，2020年农村地区年收投快件量超过300亿件，同比增幅比城市高20个百分点以上。

促消费、助转型，直播电商激发网络购物供需两端潜力

- 2020年是直播电商逐步走向规范的一年，逐步成为实现网络零售增长和企业数字化转型的新力量。



激发潜在消费

- 商务大数据监测显示，2020年电商直播场次超过2400万场，累计观看超过1200亿次，直播商品成为刺激消费的新渠道。

开拓营销空间

- 直播带货成为许多商家在疫情期间开展营销的重要手段。形成了从主播到商家，再到品牌企业及领导干部参与的直播热潮。

市场不断规范

直播电商火爆发展的同时，假货、刷单、售后难等问题也日趋显露。市场监管总局、国家互联网信息办公室及国家广播电视总局等相关部门陆续出台管理办法和规定加强市场监管，进一步促进直播电商规范发展指明方向。

优结构，助发展，在线服务成为驱动网络消费增长的新动能

- 2020年，网上外卖、线上问诊等各类以无接触为特征的新型服务消费迅速发展，进一步优化网络消费结构。



医疗、教育等在线服务快速发展

在线医疗方面，远程医疗协作网已覆盖所有地级市的2.4万余家医疗机构，有5500多家二级以上医院提供线上服务。在线教育方面，国家中小学网络云平台正式开通，各地中小学通过网络平台进行授课教学，实现了“停课不停学”。



在线服务增长空间广阔

随着在线医疗、在线教育、在线家政、在线养老等各类在线服务高质量供给不断增加，在线服务消费将成为网络消费增长的新动能。

新问题、新挑战，网络零售市场规范仍需加强

- 近来，大数据杀熟、“二选一”不正当竞争、涉嫌垄断等网络零售市场问题受到社会各界的广泛关注。针对上述问题，市场监管总局、商务部等相关部门通过多种方式加强监管，推动新业态模式有序、良性发展。同时，商务部积极推动电商领域诚信建设，鼓励电商企业开展诚信承诺，并通过全国电子商务公共服务平台公示共享诚信信息，引导电商企业诚信经营。





03

中国网络零售市场发展趋势

市场持续发展激发消费新潜力



- 预计2021年，网络零售市场有望保持稳中有进发展态势，市场规模有望超过13万亿元，保持10%左右的增速，持续推动消费内循环市场的构建。

- 随着5G等新技术进一步推广，市场环境不断优化，平台生态持续完善，品质、品牌逐步提升、直播电商、社交电商高增长势态有望延续，成为电商市场中的重要组成部分。

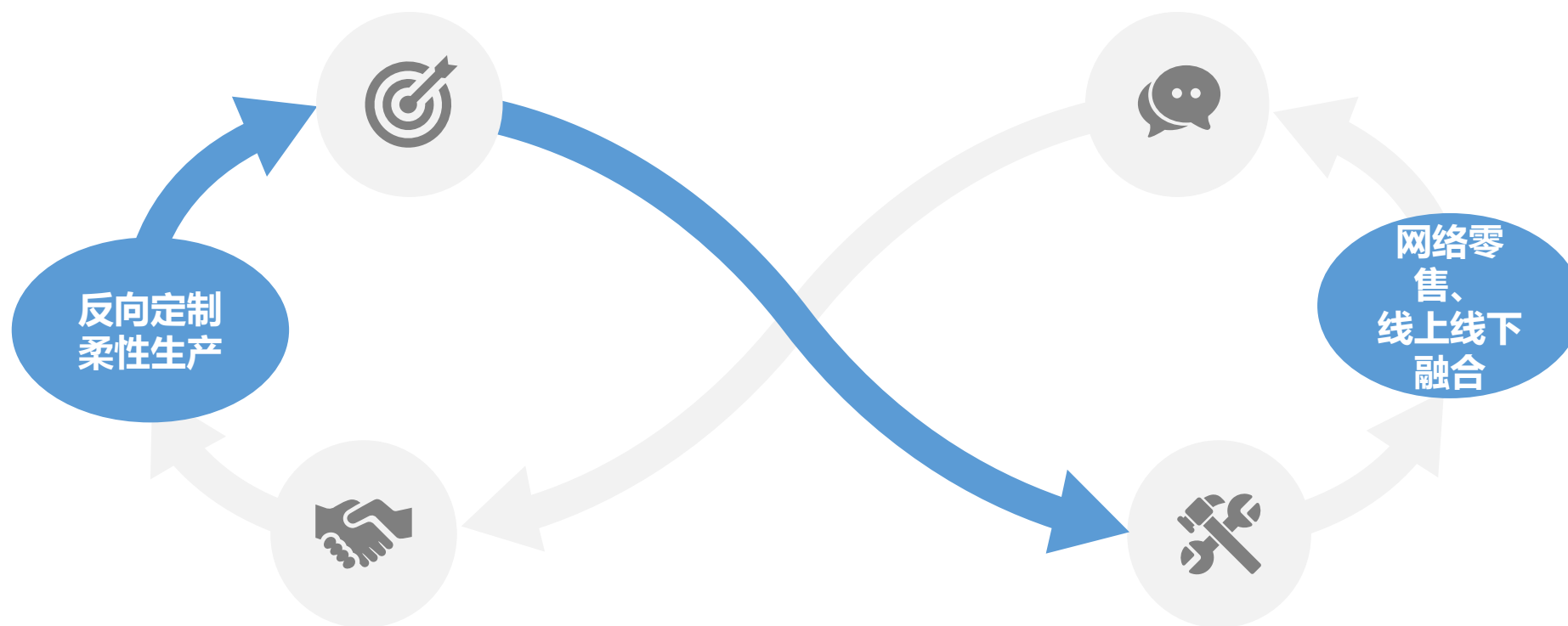
- 小程序、社区零售、短视频平台等新的购物渠道将与主导的电子商务平台共同繁荣发展，推动市场主体的进一步多元化。

线上线下融合催生市场新增长点



电商加速推动企业数字化转型

- 2021年，线下企业将继续借助电商加速数字化转型，产业链资源加速整合，通过反向定制、柔性生产等模式链接消费者，供给，同时通过对产品、设计、营销、消费者体验各环节的深耕与发力逐渐实现国有品牌的崛起。



规范、有序的市场环境不断优化

2021年，电子商务法制建设将进一步深入，特别是对**数据安全、不正当竞争**等方面的规范将继续强化，对**消费者权益的保护**将更加完善，推动电商企业进一步梳理正确的发展观，通过合规、诚信经营实现持续健康发展，构建良好的市场环境。

